

Komplettumstellung für mehr Nachhaltigkeit

Netto-Eigenmarken: Orangensaft jetzt nur noch zertifiziert nachhaltig

- **Netto setzt Zeichen: Ausschließlich zertifiziert nachhaltiger Orangensaft und -nektar im Sortiment**
- **Mehr für die Umwelt: Eigenmarken tragen Rainforest Alliance Certified- oder Bio-Siegel**
- **Wichtiger Schritt: Netto bietet seinen Kunden mehr Auswahl für nachhaltigen Genuss**

Maxhütte-Haidhof, 20.01.2020 – Netto Marken-Discount setzt ein Zeichen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel: Als erster Discounter hat Netto sein Eigenmarken-Sortiment vollständig auf zertifiziert nachhaltigeren Orangensaft und -nektar umgestellt. Alle Produkte tragen entweder das Bio-Siegel oder das Umwelt- und Sozialsiegel Rainforest Alliance Certified. Mit der Komplettumstellung geht Netto einen wichtigen Schritt für die Umwelt und bietet seinen Kunden noch mehr Auswahl für einen nachhaltigeren Genuss. Ab April sind die gesiegelten Eigenmarken-Artikel in allen 4.260 Netto-Filialen bundesweit erhältlich.

Die Komplettumstellung auf ein zertifiziert nachhaltigeres Sortiment umfasst alle gekühlten und ungekühlten Direkt- und Konzentratsäfte sowie Orangensaft-Nektare der Netto-Eigenmarken. Auch Kleingebinde wie die Saft-Trinkpäckchen oder Produkte, die nur Orangensaftanteile enthalten, wurden zertifiziert. Somit tragen nun auch weitere Säfte der Netto-Eigenmarken aus exotischen Früchten – wie beispielsweise Mango – entsprechende Siegel.

„Deutschland ist der weltweit größte Fruchtsaft-Markt pro Kopf. Orangensäfte zählen dabei zu den Lieblingsprodukten unserer Kunden. Mit der Komplettumstellung auf ein zertifiziert nachhaltigeres Eigenmarken-Angebot setzten wir ein Zeichen für die Umwelt und bieten unseren Kunden mehr Auswahl für einen umweltfreundlicheren Saftgenuss“, sagt Christina Stylianou, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Netto Marken-Discount.

Mehr Nachhaltigkeit im Eigenmarken-Sortiment

Die Komplettumstellung ist Teil des langfristigen Engagements von Netto für die nachhaltigere Ausrichtung seiner Eigenmarken und folgt dem Wunsch, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Dafür verfolgt Netto verschiedenste Lösungen, um den schonenderen Umgang mit Ressourcen und den Ausbau des Angebots an nachhaltigeren Produkten zu för-

dern. Das konsequente Engagement von Netto zeigt sich in der stetigen Erweiterung des nachhaltigeren Eigenmarken-Sortiments, wie erst kürzlich durch die Einführung der neuen Eigenmarke RESPEKT für Öko-Wasch- und Putzmittel. Zudem arbeitet Netto intensiv daran, das Sortiment und die Lieferketten nachhaltiger zu gestalten und wird dabei seit 2015 wissenschaftlich fundiert vom WWF unterstützt.

Netto Marken-Discount im Profil:

Netto Marken-Discount gehört mit über 4.260 Filialen, rund 76.700 Mitarbeitern, wöchentlich 21 Millionen Kunden und einem Umsatz von 13,3 Milliarden Euro zu den führenden Unternehmen in der Lebensmitteleinzelhandelsbranche. Mit rund 5.000 Artikeln und einem Schwerpunkt auf frischen Produkten verfügt Netto Marken-Discount über die größte Lebensmittel-Auswahl in der Discountlandschaft. Als Premium Partner der kostenlosen DeutschlandCard profitieren Netto-Kunden bei jedem Einkauf von dem Multipartner-Bonusprogramm. Die Übernahme von Verantwortung gehört zur Netto-Unternehmenskultur – dabei setzt das Handelsunternehmen auf vier Schwerpunkte: Gesellschaftliches und soziales Engagement, faire Zusammenarbeit mit Mitarbeitern und Lieferanten, schonender Umgang mit Ressourcen sowie die Ausrichtung der Einkaufsstrategie an Nachhaltigkeitsaspekten. Netto ist Partner des WWF Deutschland: Neben dem Ausbau und der Förderung des nachhaltigeren Eigenmarkensortiments arbeitet Netto außerdem entlang von acht Schwerpunktthemen daran, den eigenen ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren. Im Rahmen seines nachhaltigen Engagements unterstützt Netto zum Beispiel auch die Spendeninitiative „Deutschland rundet auf“, die sozial benachteiligte Kinder fördert. Mit über 5.200 Auszubildenden zählt das Unternehmen zudem zu den wichtigsten Ausbildungsbetrieben des deutschen Einzelhandels und besetzt Führungspositionen bevorzugt mit engagierten Mitarbeitern aus den eigenen Reihen.

Pressekontakt:

Netto Marken-Discount AG & Co. KG
Christina Stylianou
Tel.: 09471-320-999
E-Mail: presse@netto-online.de
www.netto-online.de